

# **STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DI BIRO PERJALANAN ELECTRA WISATA SURAKARTA**



## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli  
Madya Pada Program Studi Diploma III Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Fakultas Ilmu Budaya  
Universitas Sebelas Maret

**Disusun Oleh :**

**GABRIEVA MARSHA HUTAGAOL**

**C9413024**

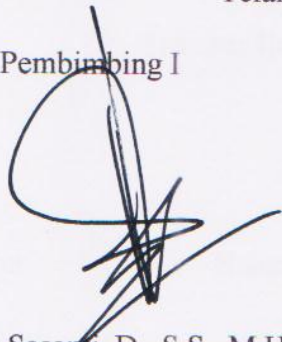
**DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA  
FAKULTAS ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2017**

**STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA  
DI BIRO PERJALANAN ELECTRA WISATA  
SURAKARTA**

Disusun oleh:  
Gabrieva Marsha Hutagaol  
C9413024

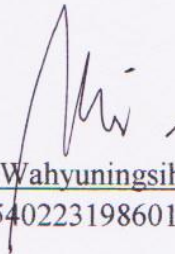
Telah disetujui oleh pembimbing

Pembimbing I



Yusana Sasanti, D., S.S., M.Hum  
NIP. 19750927 200812 2 002

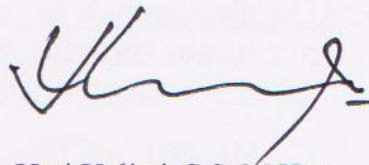
Pembimbing II



Dra. Sri Wahyuningsih, M.Hum  
NIP. 195402231986012001

Mengetahui,

Kepala Program Diploma III UPW


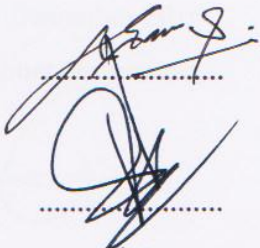

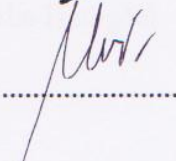


Umi Yuliati, S.S., M.Hum  
NIP. 19770716 200312 2 002

**STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA  
DI BIRO PERJALANAN ELECTRA WISATA  
SURAKARTA**

Disusun oleh  
Gabrieva Marsha Hutagaol  
C9413024

Telah disetujui oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret  
Pada Tanggal

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	<u>Umi Yulianti, S.S., M.Hum</u> NIP. 19770716 200312 2 002	
Sekretaris	<u>Amad Saeroji, S.S., M.Sc</u> NIK. 19890926 20161001	
Penguji 1	<u>Yusana Sasanti D, S.S., M.Hum</u> NIP. 19750927 200812 2 002	
Penguji II	<u>Dra. Sri Wahyuningsih, M.Hum</u> NIP. 19540223 198601 2 001	

  
DEKAN  
FAKULTAS ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
Prof. Drs. Riyadi Santosa, M.Ed. Ph.D.  
NIP. 19600328 198601 1 001

## PERNYATAAN

Nama : Gabrieva Marsha Hutagaol

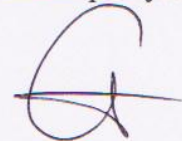
NIM : C9413024

Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain,kecauli yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan penulis di atas, maka penulis bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 23 Desember 2016

Yang membuat pernyataan,



Gabrieva Marsha Hutagaol

## **MOTTO**

- Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu (1 Petrus 5:7)
- Tetaplah berdoa (1 Tesalonika 5:17)

,

## **PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

- Kedua Orang Tuaku yang aku sayangi dan aku cintai.
- Kakak dan adikku yang aku sayangi
- Semua teman-temanku yang telah mendukungku menyelesaikan Tugas

Akhir ini

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DI BIRO PERJALANAN ELECTRA WISATA SURAKARTA”**.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari tidak terlepas dari bimbingan, arahan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan kelancaran dalam mengerjakan tugas akhir ini.
2. Ibu Umi Yuliati S.S, M.Hum selaku Kepala Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret, yang telah memberikan petunjuk serta pengarahannya dalam menyusun Tugas Akhir.
3. Yusana Sasanti, D., S.S., M.Hum selaku pembimbing I Tugas Akhir, yang telah memberikan koreksi serta masukan sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Dra. Sri Wahyuningsih, M.Hum selaku pembimbing II Tugas Akhir, yang telah memberikan arahan dalam sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

5. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Program DIII Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan pengetahuan luas dalam bekal menghadapi dunia kerja.
6. kepada kedua orang tua yang tidak berhenti memberi semangat dan memberi motivasi kepada penulis.
7. Ibu Liliana Karsono selaku *Finance Director* yang telah memberikan izin Wawancara dan Observasi di Electra Wisata Solo.
8. Yosafat Alfian atas izin wawancara yang diberikan dan sebagai informan yang saya perlukan dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh staff Electra Wisata Solo, terima kasih atas kerjasamanya.
10. Kepada teman-teman yang tidak pernah berhenti memberi dorongan semangat.

Semoga Tugas Akhir ini berguna untuk menambah pengetahuan bagi semua pihak khususnya bagi penulis sendiri. Semoga Tuhan selalu memberikan pertolongan, anugerah yang baik dan segala berkah-Nya atas bimbingan dan bantuan semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir serta semoga dapat bermanfaat bagi semua dan ilmu pengetahuan pada saat ini serta masa yang akan datang.

Surakarta, 23 Desember 2016

Gabrieva Marsha Hutagaol



## ABSTRAK

Gabrieva Marsha Hutagaol, C9413024. 2016. **Strategi Pemasaran Paket Wisata Di Biro Perjalanan Electra Wisata Surakarta**. Program Pendidikan Diploma III Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan tentang strategi pemasaran paket wisata di Biro Perjalanan Electra Wisata dalam: 1) upaya untuk memasarkan dan menjual produk paket wisatanya kepada konsumen, 2) faktor-faktor pendukung dan penghambat peningkatan jumlah pelanggan. Rumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas bahwa strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting dalam memberikan peranan dan upayanya meningkatkan jumlah pelanggan untuk kelancaran Biro Perjalanan, maka dapat dirumuskan 1) Produk jasa apa saja yang ditawarkan di Biro Perjalanan Electra 2) Bagaimana strategi pemasaran paket wisata yang dimiliki Biro Perjalanan Electra 3) Kendala apa saja yang dihadapi Biro Perjalanan Electra dalam meningkatkan produksinya serta cara mengatasi masalah tersebut 4) Upaya untuk meningkatkan jumlah pelanggan di Biro Perjalanan Electra Wisata.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam laporan ini adalah observasi, wawancara, studi pustaka serta studi dokumentasi terkumpul, sehingga diperoleh data yang akurat mengenai strategi sampai upaya peningkatan jumlah pelanggan.

Hasil penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah: 1) Jasa pelayanan yang ditawarkan meliputi: jasa pemesanan hotel, jasa pembuatan paket wisata, jasa transportasi, jasa restoran. 2) strategi pemasaran yaitu melalui saluran distribusi yang terdiri dari cara langsung dan melalui biro lain sedangkan untuk promosi meliputi *door to door*, *advertising*, brosur, leaflet, personal selling, *website* dan sales promotion. 3) Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produknya yaitu persaingan antar biro perjalanan lain, bersaing dengan penyedia jasa online, faktor ekonomi, serta faktor keamanan negara.

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa dengan adanya strategi pemasaran langsung maupun tidak langsung dengan cara pendekatan terhadap calon konsumen, melalui media sosial maupun media yang lain, Biro Perjalanan Electra Wisata berhasil bertahan dan tetap mempunyai pelanggan di era yang semakin maju ini. Hal ini bisa dibuktikan dengan respon yang baik dari masyarakat serta masih adanya pelanggan setia yang masih menggunakan jasa Biro Perjalanan Electra Wisata Surakarta.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Paket Wisata, Electra Wisata, Biro Perjalanan.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I            PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penulisan .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kajian Pustaka .....	5
F. Metode Penelitian .....	12
G. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II            GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Berdirinya Biro Perjalanan Electra Wisata ....	16
B. Visi dan Misi Electra Wisata .....	20
C. Tujuan Didirikannya Electra Wisata .....	20
D. Struktur Organisasi Perusahaan .....	21
E. Kerjasama dengan Mitra Usaha .....	25
BAB III          PEMBAHASAN	
A. Produk-Produk Electra Wisata.....	28
B. Strategi Pemasaran .....	36
C. Respon Masyarakat .....	41
D. Kendala–Kendala Dalam Pemasaran Produk dan Cara Mengatasinya .....	43

#### BAB IV        PENUTUP

A. Kesimpulan .....	46
B. Saran .....	48

DAFTAR PUSTAKA .....	49
----------------------	----

LAMPIRAN .....	50
----------------	----

#### **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Perbandingan Keunggulan Media Promosi Electra Wisata dengan Biro Perjalanan lain .....	40
--	----

#### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Tampak depan perusahaan Electra Wisata Semarang .....	17
Gambar 2.2 Tampak depan perusahaan Electra Wisata Surakarta .....	18
Gambar 2.3 Ruang tunggu Electra Wisata Surakarta .....	18
Gambar 2.4 Brosur Hotel di Electra Wisata .....	19
Gambar 2.5 Tampak depan hotel Inna Garuda Yogyakarta .....	19
Gambar 2.6 Bagan Organisasi Electra Wisata .....	22
Gambar 3.1 Meja <i>ticketing</i> Electra Wisata .....	28
Gambar 3.2 Brosur paket wisata .....	30
Gambar 3.3 Leaflet wisata <i>Holy Tour</i> .....	35